

結婚総合意識調査2024

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）が企画運営する『リクルートブライダル総研』では、結婚や結婚式の実施について背景など詳細を把握するために、「結婚総合意識調査2024」を実施しました。ここに、調査結果の要旨をご報告致します。

1. 【既婚編】ウエディングイベントの実施率

- ウエディングイベントを実施した割合は77.8%で、前年とほぼ同水準。写真撮影については、前年よりも1.9ポイント増加し、過去最高となった。（→P5）
- 年代別で見ると、40代での挙式、披露宴・ウエディングパーティー、写真撮影の実施率は過去最高値となっている。（→P6）

2. 【既婚編】披露宴・ウエディングパーティー実施のきっかけと、ウエディングイベントに関する考え

- 結婚に関するイベントの実施を迷っていたが、披露宴・ウエディングパーティー実施に至ったきっかけは、費用面や周囲からの勧めも大きい、「結婚式に出席して憧れを持ったから」「やってみたいと思う結婚式のスタイルを知ったから」が挙げられている。（→P8）
- ウエディングイベントに関する考えは、「挙式、披露宴・ウエディングパーティーの内容に関しては、定番やしきたりにとらわれず、自分たちの価値観に合った自由なやり方をすればよいと思う」が増加傾向。（→P8）

3. 【既婚編】結婚に対する考え

- 2020年調査と比較すると、結婚により、仕事や時間の自由度が高まったという回答が増加。（→P9）
- 結婚に対する考えでは、結婚は個人の自由で、より二人の心情を重視する傾向が見られる。（→P10）

1. 【ゲスト編】結婚式参列によるゲストの気持ちの変化

- 結婚式はゲストにとって人とのつながりを実感する機会や、人生を考えるきっかけとなっている。（→P11）
- 20代・30代の未婚者では、過半数が参列によって恋愛・結婚に対する意欲が「高まった」と回答している。（→P12）

2. 【ゲスト編】二人らしさやオリジナリティーを感じる結婚式の価値

- 「結婚式を通じて二人らしさやオリジナリティーを感じた人」の方が結婚式の価値を感じている。（→P13）

3. 【ゲスト編】ゲスト参加型の結婚式と、その価値

- 結婚式参列時にゲストが実施したことを見ると、ゲスト同士の交流や、ゲストが結婚式の準備や演出に関わるゲスト参加型の結婚式が増えていると考えられる。（→P14）
- 事前準備の手伝い（リアル/オンライン）、受付、余興、スピーチ、サプライズ等、結婚式準備への協力や演出への参加をすることで、未婚ゲストの恋愛・結婚に関する意欲が高まる傾向がある。（→P15）

本件に関する
お問い合わせ先

リクルートブライダル総研 <https://souken.zexy.net/>
※報道関連・マスメディアの方は[こちら](#)よりお問い合わせください。

調査概要	3
既婚編		
1. ウエディングイベントの実施率	5
2. 披露宴・ウエディングパーティー実施のきっかけと、 ウエディングイベントに関する考え	8
3. 結婚に対する考え	9
ゲスト編		
1. 結婚式参列によるゲストの気持ちの変化	11
2. 二人らしさやオリジナリティーを感じる結婚式の価値	13
3. ゲスト参加型の結婚式と、その価値	14
『リクルートブライダル総研』研究員の解説	16

結婚総合意識調査2024 既婚編

■2024年調査の概要[既婚編]

【調査方法】 インターネットによるアンケート調査

<予備調査（スクリーニング調査）>

【調査期間】 2024年4月8日（月）～2024年5月27日（月）

【調査対象】 全国16～79歳の男女

【有効サンプル数】 26万898人

<本調査>

【調査期間】 2024年5月9日（木）～2024年5月27日（月）

【調査対象】 “結婚した時期”を「2023年4月～2024年3月」と回答した、20～49歳（調査時）の既婚者

【有効サンプル数】 2,550人

【集計サンプル数】 1,500人

<集計サンプルの割り付け>

「厚生労働省 人口動態統計 2021年婚姻件数（当該年に結婚生活に入り届け出たもの）、夫－妻の結婚生活に入ったときの年齢（各歳）：夫妻の平均婚姻年齢、初婚－再婚・都道府県（特別区－指定都市再掲）別」を基に全国を17エリア×性別×年代（計102セル）ごとの実際の婚姻件数比率に近づくようにサンプルを割り付けた。

		北海道	東北	北関東	北陸甲信越	首都圏	東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
男性 (人)	20代	8	21	15	21	83	33	45	18	12	20
	30代	12	16	16	38	104	31	63	18	10	38
	40代	5	6	5	9	32	9	21	8	3	22
女性 (人)	20代	14	25	20	40	118	45	75	27	12	48
	30代	9	15	13	23	86	23	44	14	7	31
	40代	3	4	4	6	21	6	11	4	2	8

<追跡調査>

本調査回答者に追加でアンケートを配信し、1,500サンプルのうち1,235サンプルが回答した（回答率82.3％）。1,235サンプルの居住地域、年代構成比を、本調査と同様になるようにウエイトバック処理を行った。

■過去調査（2023年／2022年／2021年／2020年調査）の概要

	2023年調査	2022年調査
調査方法	インターネットによるアンケート調査	インターネットによるアンケート調査
調査期間	予備調査:2023年4月3日(月)～2022年5月8日(月) 本調査:2023年4月19日(水)～2022年5月8日(月)	予備調査:2022年4月27日(水)～2022年6月13日(月) 本調査:2022年5月23日(月)～2022年6月10日(金)
調査対象	結婚した時期が「2022年4月～2023年3月」の20～49歳既婚者	結婚した時期が「2021年4月～2022年3月」の20～49歳既婚者
有効サンプル数	予備調査:25万4,995人 本調査:2,542人	予備調査:26万2,147人 本調査:2,097人
	2021年調査	2020年調査
調査方法	インターネットによるアンケート調査	インターネットによるアンケート調査
調査期間	予備調査:2021年5月10日(月)～2021年6月4日(金) 本調査:2021年5月20日(木)～2021年6月4日(金)	予備調査:2020年4月17日(金)～2020年6月3日(水) 本調査:2020年5月1日(金)～2020年6月3日(水)
調査対象	結婚した時期が「2020年4月～2021年3月」の20～49歳既婚者	結婚した時期が「2019年4月～2020年3月」の20～49歳既婚者
有効サンプル数	予備調査:26万7,189人 本調査:2,594人	予備調査:26万8,947人 本調査:2,326人

結婚総合意識調査2024 ゲスト編

■ 2024年調査の概要[ゲスト編]

【調査方法】 インターネットによるアンケート調査

< 予備調査（スクリーニング調査） >

【調査期間】 2024年5月8日（水）～2024年5月10日（金）

【調査対象】 全国20歳以上の男女

【有効サンプル数】 5万人

< 本調査 >

【調査期間】 2024年5月9日（木）～2024年5月17日（金）

【調査対象】 「2023年4月～2024年3月」に結婚式にゲストとして出席したと回答した人

【有効サンプル数】 1,241人

【集計サンプル数】 800人

< 集計サンプルの割り付け >

予備調査で抽出した本調査条件該当者全体（1年以内に結婚式にゲストとして出席した人）の性別・年代ごとの構成比に合わせて、サンプルを割り付けた。

	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60歳以上	合計
男性 (人)	139	98	55	44	90	800
女性 (人)	128	70	33	36	107	

■ 過去調査（2023年／2022年／2021年調査）の概要

	2023年調査	2022年調査
調査方法	インターネットによるアンケート調査	インターネットによるアンケート調査
調査期間	予備調査: 2023年4月18日(火)～2023年4月25日(火) 本調査: 2023年4月19日(水)～2022年4月26日(水)	予備調査: 2022年5月17日(火)～2022年5月19日(木) 本調査: 2022年5月19日(木)～2022年5月29日(日)
調査対象	「2022年4月～2023年3月」で結婚式にゲストとして出席したと答えた人	「2021年4月～2022年3月」で結婚式にゲストとして出席したと答えた人
有効サンプル数	予備調査: 4万人 本調査: 1,241人	予備調査: 4万人 本調査: 834人
	2021年調査	
調査方法	インターネットによるアンケート調査	
調査期間	予備調査: 2021年5月18日(火)～2021年5月24日(月) 本調査: 2021年5月22日(土)～2021年5月27日(木)	
調査対象	「2020年4月～2021年3月」で結婚式にゲストとして出席したと答えた人	
有効サンプル数	予備調査: 4万人 本調査: 832人	

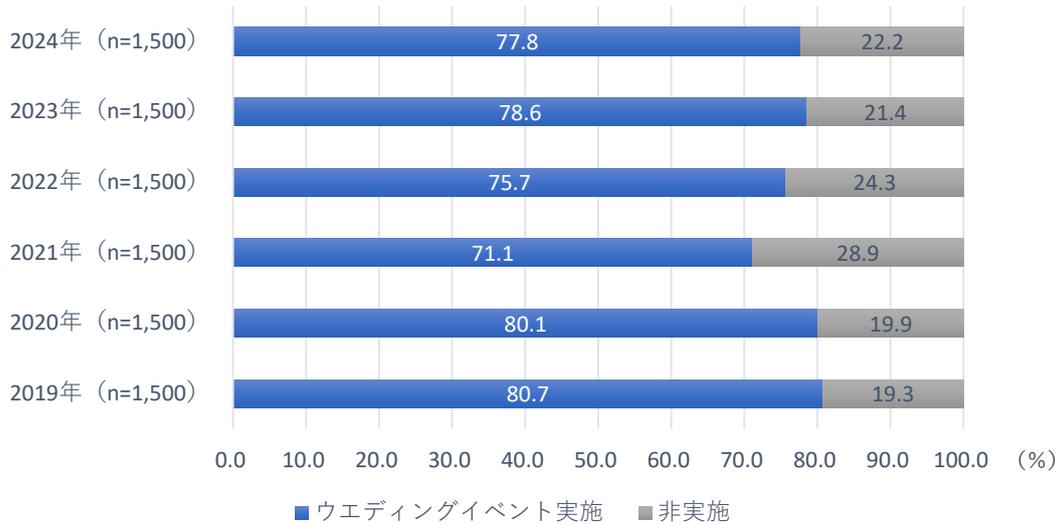
※2020年、2019年はゲスト編の調査非実施

1. 【既婚編】ウエディングイベントの実施率

何らかのウエディングイベントを実施した割合は77.8%で、前年とほぼ同水準。写真撮影については、前年よりも1.9ポイント増加し、過去最高となった。

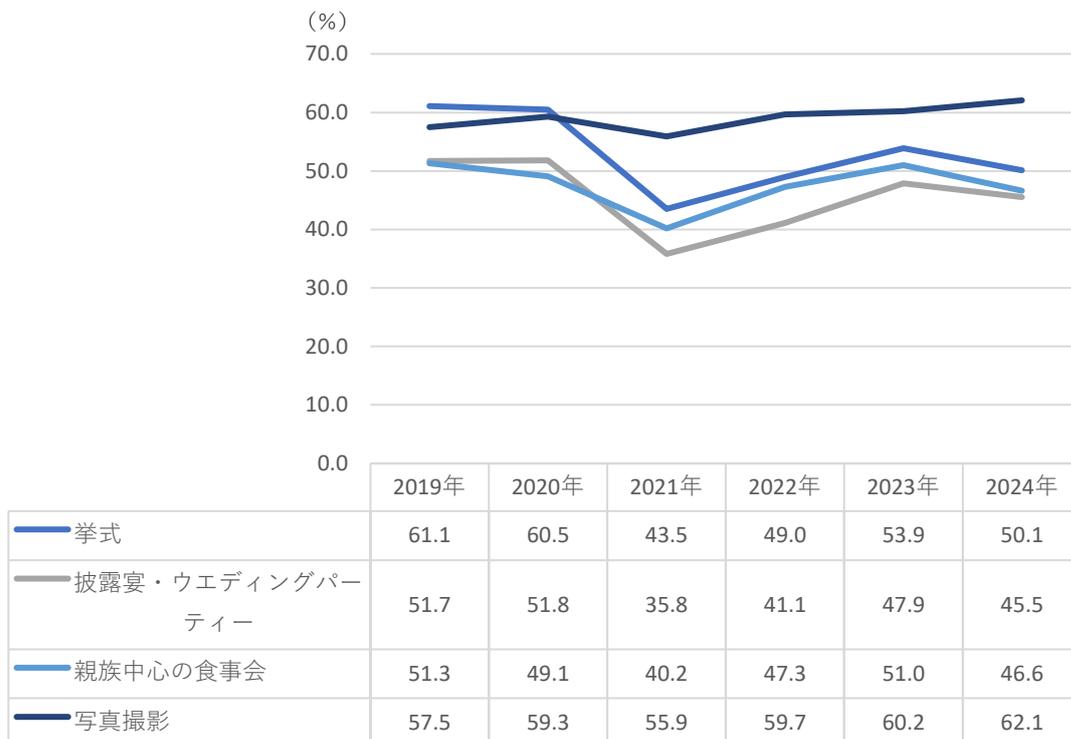
■ 結婚を機としたウエディングイベント全体の実施状況（全体／各単一回答）

※ウエディングイベント：「挙式」「披露宴・ウエディングパーティー」「その他のウエディングパーティー」「親族中心の食事会」「写真撮影」
 ※上記のウエディングイベントのうち一つ以上で、「1回」「2回」「3回」「4回以上」「これから実施する予定（時期や内容もほぼ決まっている）」のいずれかを回答した人を「ウエディングイベント実施」として集計



※「その他のウエディングパーティー」については、以降「披露宴・ウエディングパーティー」に含む

■ 結婚を機とした各ウエディングイベントの実施率（全体／各単一回答）



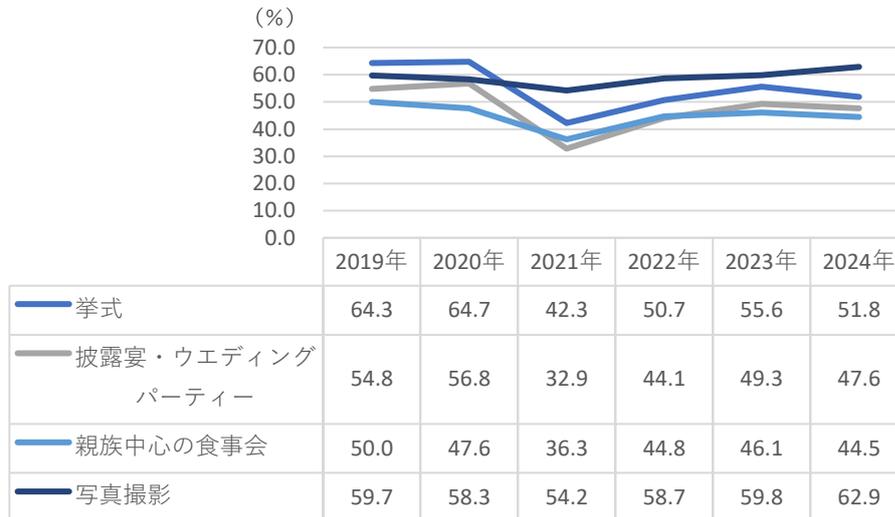
※写真撮影：スタジオ撮影、ロケーション撮影、エンゲージメントフォト、その他結婚を機に実施したウエディングフォト・撮影会

1. 【既婚編】ウエディングイベントの実施率

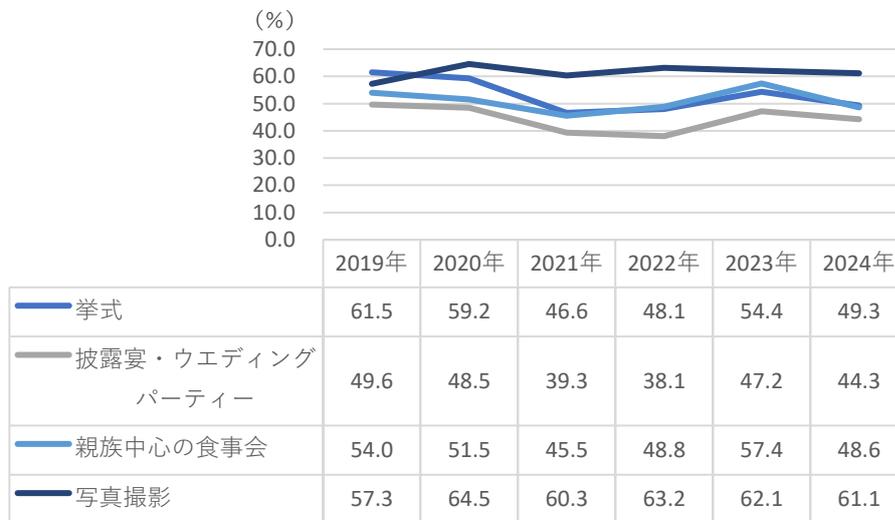
年代別で見ると、特に40代での、挙式、披露宴・ウエディングパーティー、親族中心の食事会、写真撮影のそれぞれの実施率は2020年調査よりも高くなっており、挙式、披露宴・ウエディングパーティー、写真撮影については過去最高値となっている。年齢を理由に実施を諦める層が減っていると思われる。

■ <結婚時の年代別>結婚を機とした各ウエディングイベントの実施率（全体／各単一回答）

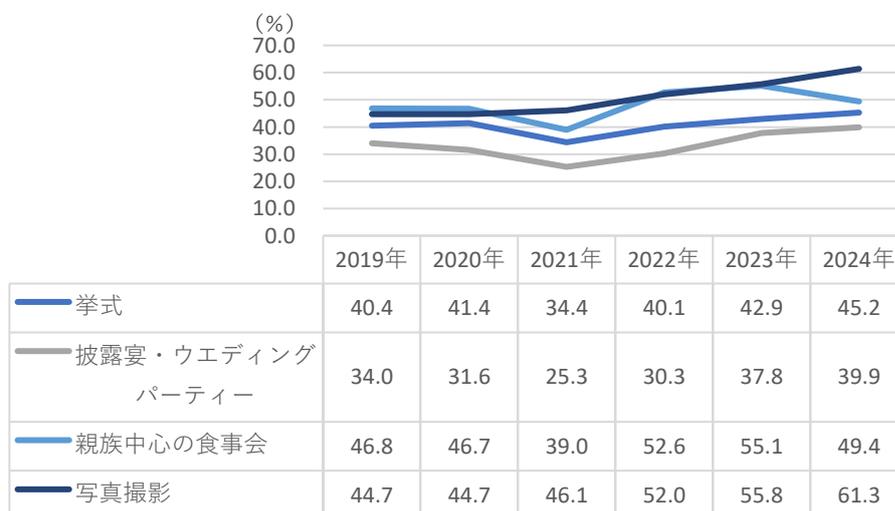
20代以下



30代



40代



1. 【既婚編】ウエディングイベントの実施率

「挙式、披露宴・ウエディングパーティー、親族中心の食事会、写真撮影」の全てを実施した層が最も多く、前年より減少はしているものの、2020年調査と同水準。

■ ウエディングイベント組み合わせごとの実施率（全体／各単一回答）

<ウエディングイベント種類>

①挙式 ②披露宴・ウエディングパーティー ③親族中心の食事会 ④写真撮影

	ウエディングイベントの組み合わせ	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	①挙式 ②披露宴・ウエディングパーティー ③親族中心の食事会 ④写真撮影	26.1	19.9	24.6	28.3	25.0
2	①挙式 ②披露宴・ウエディングパーティー ③親族中心の食事会	3.7	2.1	3.5	4.0	2.9
3	①挙式 ②披露宴・ウエディングパーティー ④写真撮影	15.3	9.1	8.7	10.0	11.7
4	①挙式 ③親族中心の食事会 ④写真撮影	5.0	3.9	4.7	3.0	2.9
5	②披露宴・ウエディングパーティー ③親族中心の食事会 ④写真撮影	0.5	0.6	0.5	0.6	0.8
6	①挙式 ②披露宴・ウエディングパーティー	5.5	3.0	3.1	4.3	4.3
7	①挙式 ③親族中心の食事会	1.5	1.3	1.1	1.5	1.1
8	①挙式 ④写真撮影	1.5	3.2	2.1	1.8	1.5
9	②披露宴・ウエディングパーティー ③親族中心の食事会	0.3	0.3	0.3	0.1	0.4
10	②披露宴・ウエディングパーティー ④写真撮影	0.2	0.4	0.3	0.5	0.3
11	③親族中心の食事会 ④写真撮影	4.3	4.7	5.9	6.3	7.2
12	①挙式	1.9	0.9	1.1	1.0	0.7
13	②披露宴・ウエディングパーティー	0.2	0.3	0.1	0.3	0.1
14	③親族中心の食事会	7.7	7.3	6.7	7.3	6.2
15	④写真撮影	6.3	13.9	12.9	9.8	12.6
16	いずれも非実施	19.9	28.9	24.3	21.4	22.2

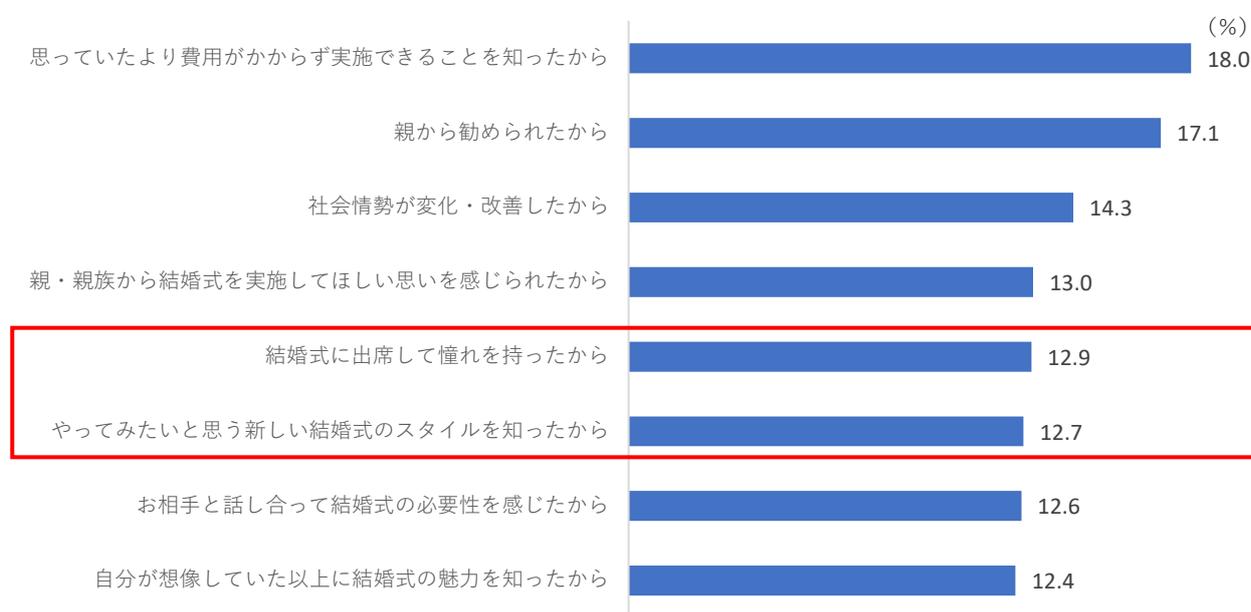
(%)

2. 【既婚編】披露宴・ウエディングパーティー実施のきっかけと、ウエディングイベントに関する考え

結婚に関するイベントの実施を迷っていたが、披露宴・ウエディングパーティー実施に至ったきっかけは、費用面や周囲からの勧めも大きい、「結婚式に出席して憧れを持ったから」「やってみたいと思う結婚式のスタイルを知ったから」といった項目も上位となっている。また、ウエディングイベントに関する考えは、「挙式、披露宴・ウエディングパーティーの内容に関しては、定番やしきたりにとらわれず、自分たちの価値観に合った自由なやり方をすればよいと思う」が2020年調査から増加傾向。

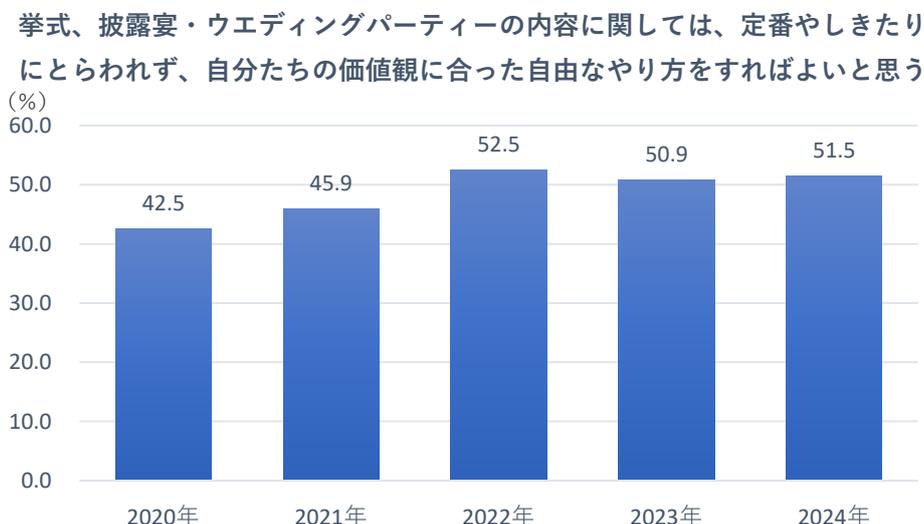
■ 実施迷い層が披露宴・ウエディングパーティー実施に至ったきっかけ（ウエディングイベント実施意向で「どちらともいえない」と回答した人のうち、披露宴・ウエディングパーティー実施者／複数回答）

※追加調査（ウエイトバック集計）、サンプル数僅少のため参考値
※上位項目のみ掲載



■ ウエディングイベントに関する考え（全体／各単一回答）

※図表の数値は、「非常にあてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」の5段階で尋ねたうち、「非常にあてはまる」「ややあてはまる」の合計

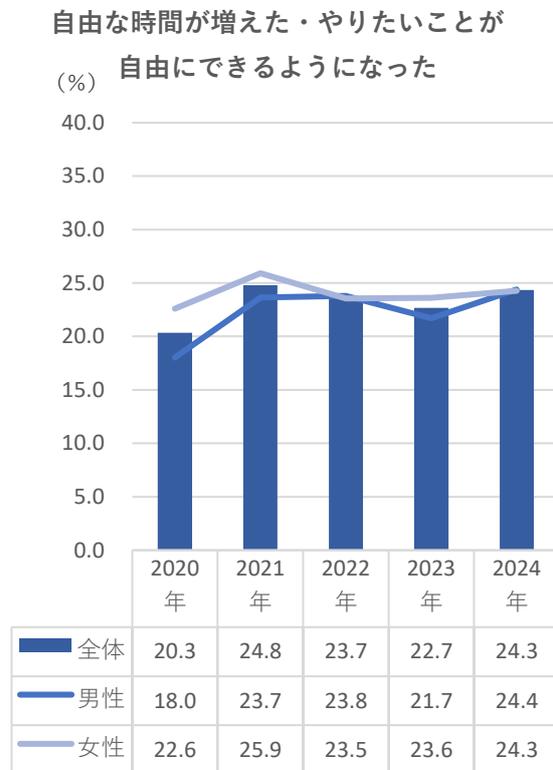
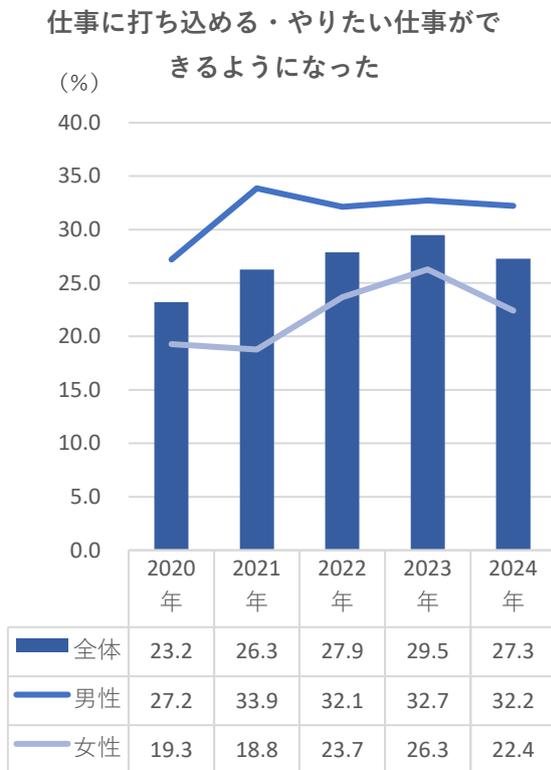


3. 【既婚編】結婚に対する考え

2020年調査と比較すると、結婚により、仕事や時間の自由度が高まったという回答が増加している。「自由な時間が増えた・やりたいことが自由にできるようになった」については、男性の方が経年での増加幅が大きく、20年比で6.4ポイント増。

■ 結婚して、生活はどのように変わったか（全体／各単一回答）

※図表の数値は、各項目について「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階で尋ねたうち、「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計
※2020年比で増加幅が大きい上位項目をピックアップ

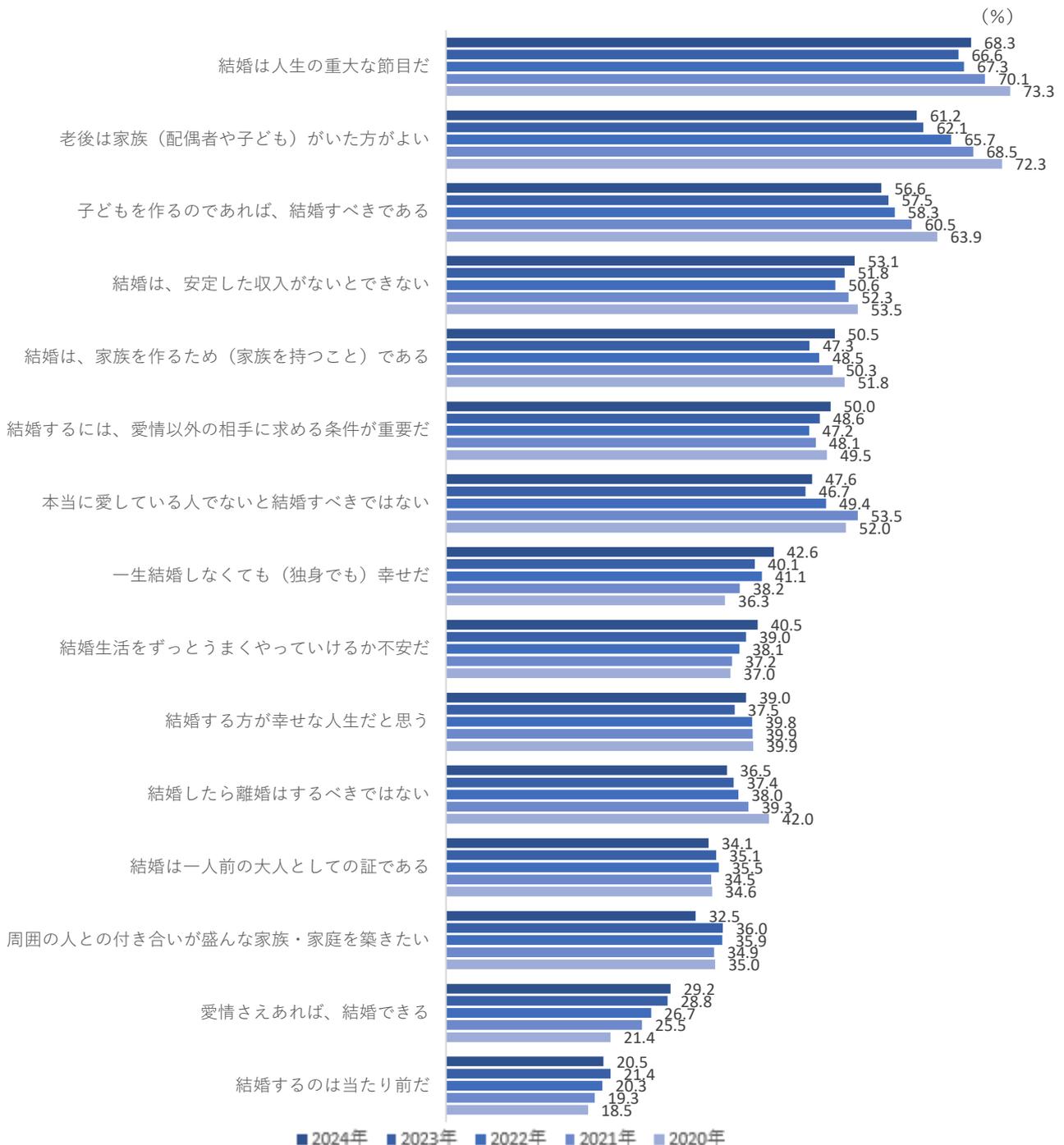


3. 【既婚編】結婚に対する考え

結婚に対する考えは、「老後は配偶者や子どもがいた方がよい」が上位であるものの、「子どもを作るのであれば、結婚すべきである」と共に経年で減少している。一方、2020年比で見ると「愛情さえあれば、結婚できる」（7.8ポイント増）、「一生結婚しなくても幸せだ」（6.3ポイント増）は増加。結婚は個人の自由で、より二人の心情を重視する傾向が見られる。

■ 結婚に対する考え（全体／各単一回答）

※図表の数値は、各項目について「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階で尋ねたうち、「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計



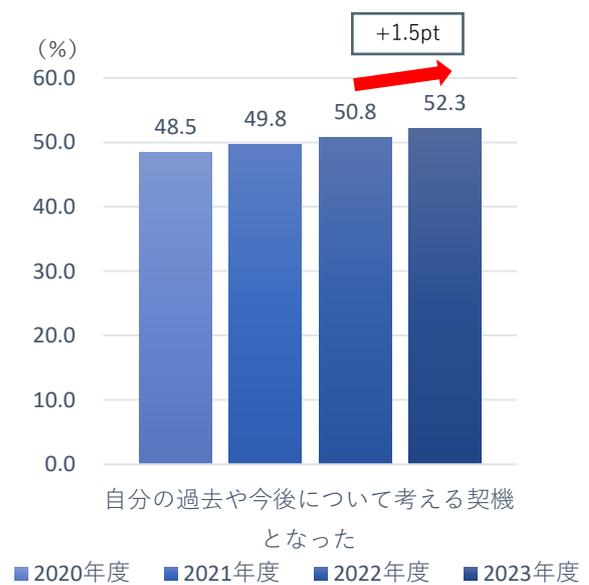
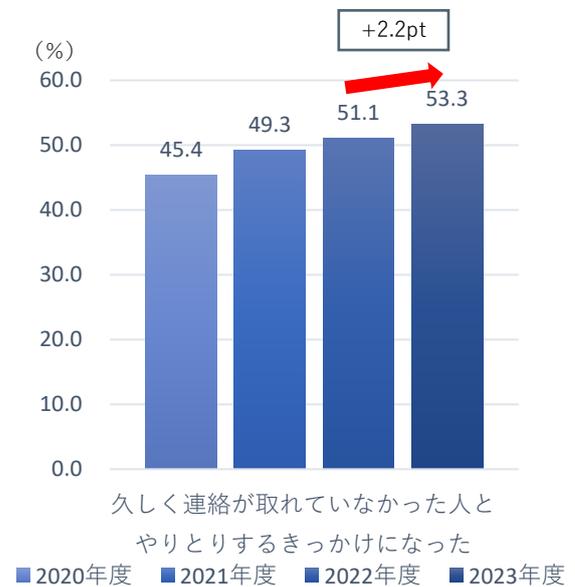
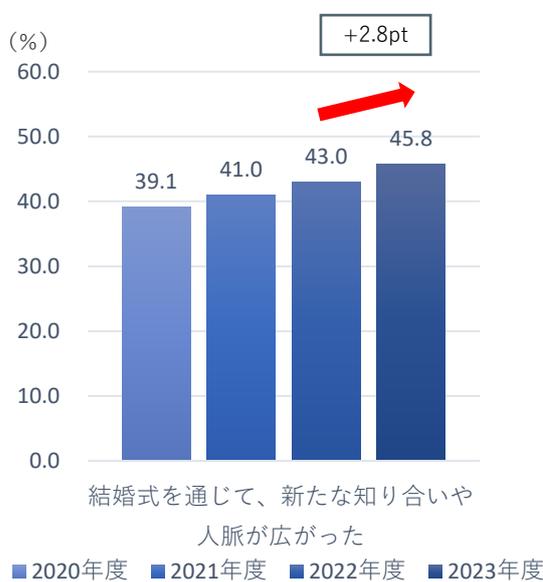
1. 【ゲスト編】結婚式参列によるゲストの気持ちの変化

2023年調査と比較すると、「結婚式を通じて、新たな知り合いや人脈が広がった」が2.8ポイント増加、「久しく連絡が取れていなかった人とやりとりするきっかけになった」が2.2ポイント増加しており、結婚式が人とのつながりを実感する機会となっていることが分かる。また、「子どもがほしい気持ちが高まった」が4.0ポイント増加、「自分の過去や今後について考える契機となった」が1.5ポイント増加しており、ゲストが自身の人生を考えるきっかけにもなっている様子が分かる。

■ 出席後のゲストの気持ち（全体／各単一回答）

※図表の数値は、各項目について「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階で尋ねたうち、「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計

※2023年比で増加幅が大きい上位項目をピックアップ



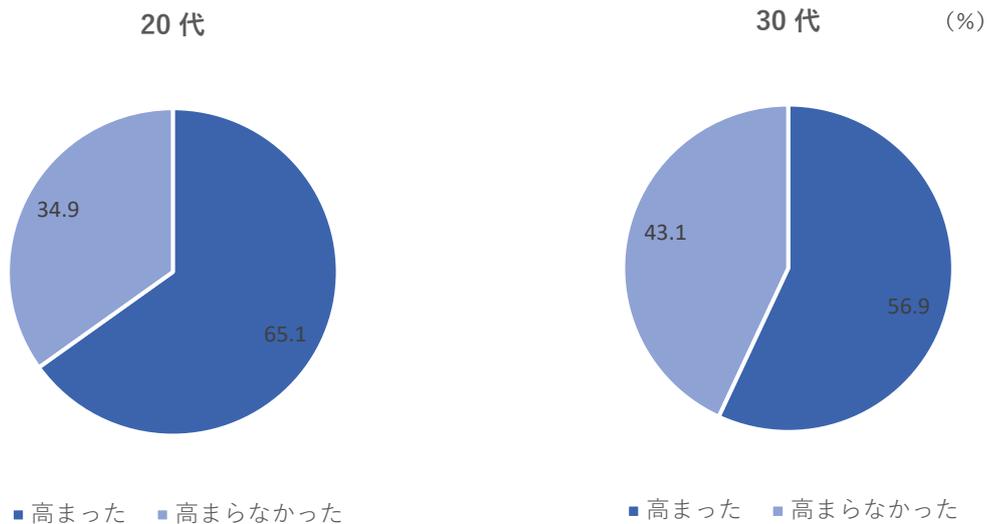
1. 【ゲスト編】結婚式参列によるゲストの気持ちの変化

出席後のゲストの気持ちについて、未婚者の恋愛・結婚に対する意欲は、20代・30代では過半数が「高まった」と回答している。

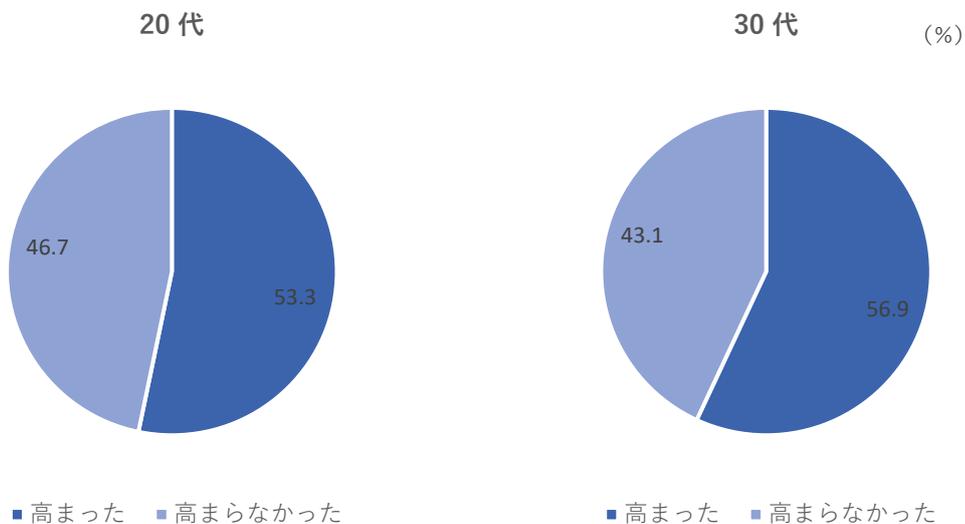
■ <年代別>出席後のゲストの気持ち（未婚者のみ／各単一回答）

※図表の数値は、各項目について「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階で尋ねたうち、高まった：「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計
高まらなかった：「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の合計

恋愛したい気持ちが高まった



自分も「結婚したい」という気持ちが高まった



2. 【ゲスト編】二人らしさやオリジナリティーを感じる結婚式の価値

結婚式を通じて二人らしさやオリジナリティーを感じた人の方が、感じなかった人と比較して、「新郎・新婦が自分のことを大切に思っていると実感した」「自分が大切な人の幸せな様子を見れたことや、その場に居合わせたことが嬉しかった」「周囲の人・仲間の大事さを、あらためて感じた」「結婚式に出席することで自分自身も幸せな気持ちにならと思った」のいずれの割合も高い。

■ 結婚式を通じて二人らしさやオリジナリティーを感じたか否かによるゲスト評価の違い（全体／各単一回答）

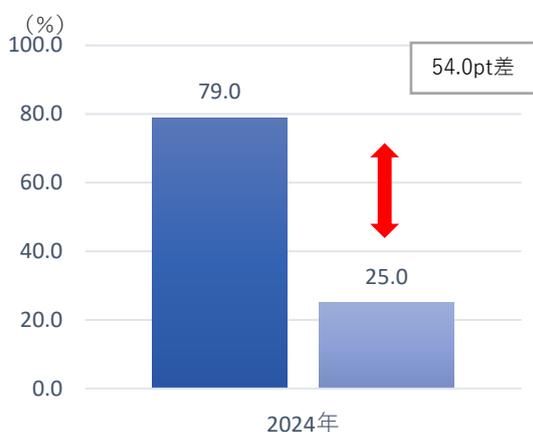
※図表の数値は、各項目について「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階で尋ねたうち、「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計

※オリジナリティーを感じた人：「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計

感じなかった人：「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の合計

※2024年の「感じた人」－「感じなかった人」の差分が大きい上位項目をピックアップ

新郎・新婦が自分のことを大切に思ってくれていると実感した割合



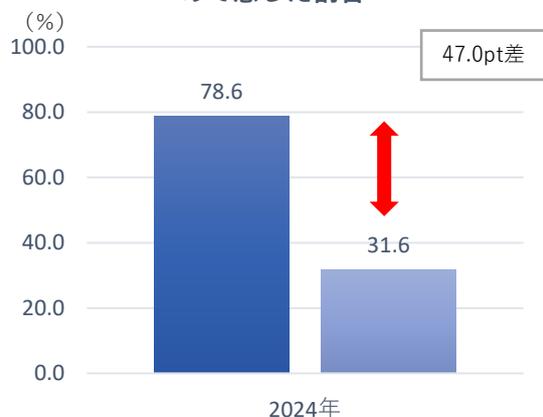
■ 結婚式を通じて二人らしさやオリジナリティーを感じた人
■ 感じなかった人

自分が大切な人の幸せな様子を見れたことや、その場に居合わせたことが嬉しかった割合



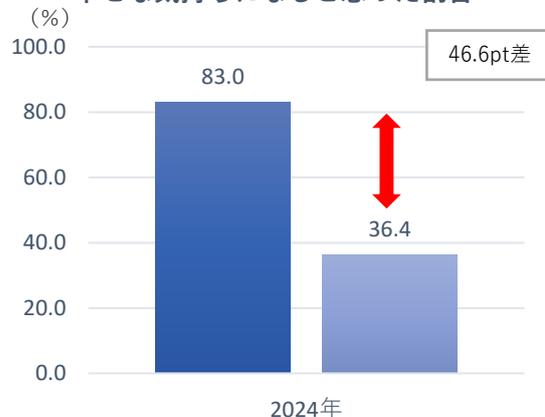
■ 結婚式を通じて二人らしさやオリジナリティーを感じた人
■ 感じなかった人

周囲の人・仲間の大事さを、あらためて感じた割合



■ 結婚式を通じて二人らしさやオリジナリティーを感じた人
■ 感じなかった人

結婚式に出席することで自分自身も幸せな気持ちにならと思った割合



■ 結婚式を通じて二人らしさやオリジナリティーを感じた人
■ 感じなかった人

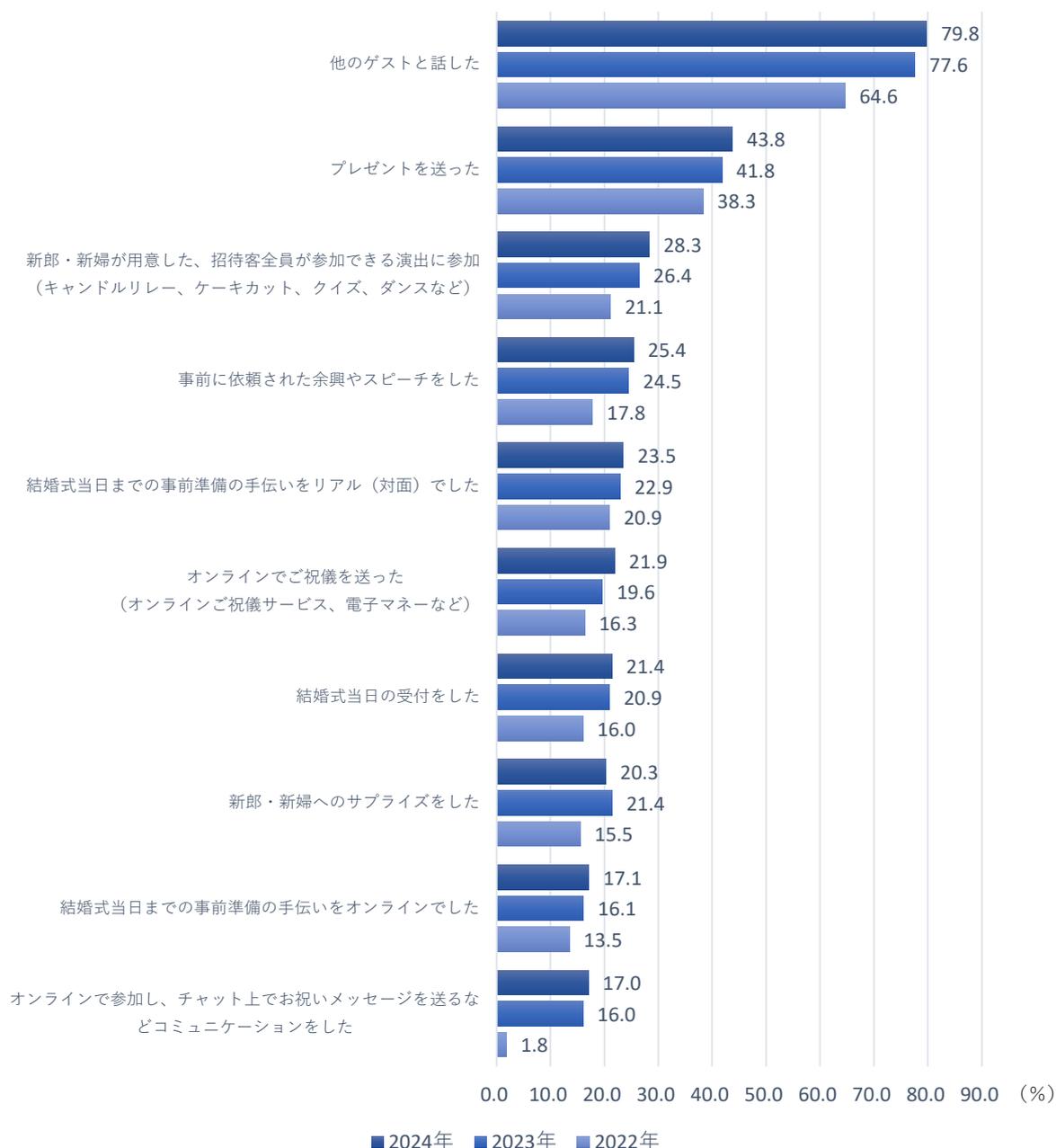
3. 【ゲスト編】ゲスト参加型の結婚式と、その価値

2022年調査と比較すると、結婚式参列時にゲストが実施したことは、「他のゲストと話した」（15.2ポイント増）、「事前に依頼された余興やスピーチをした」（7.6ポイント増）、「新郎・新婦が用意した、招待客全員が参加できる演出に参加」（7.2ポイント増）等が増加しており、ゲスト同士の交流や、ゲストが結婚式の準備や演出に関わるゲスト参加型の結婚式が増えていると考えられる。

また、「オンラインでご祝儀を送った」については前年よりさらに2.3ポイント増加している。

■ ゲストが結婚式参列において実施したこと（全体／各単一回答）

※図表の数値は、各項目について「した」「しなかった」で尋ねたうち、「した」の割合
 ※ゲストの結婚式事前～当日の準備や演出への参加状況についての項目をピックアップ



3. 【ゲスト編】ゲスト参加型の結婚式と、その価値

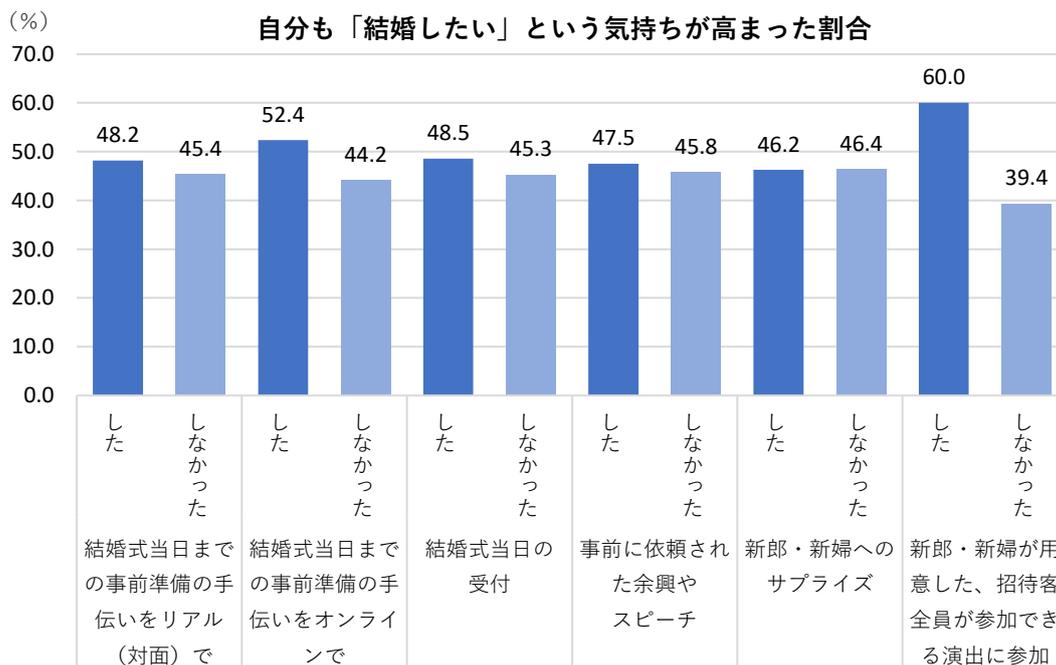
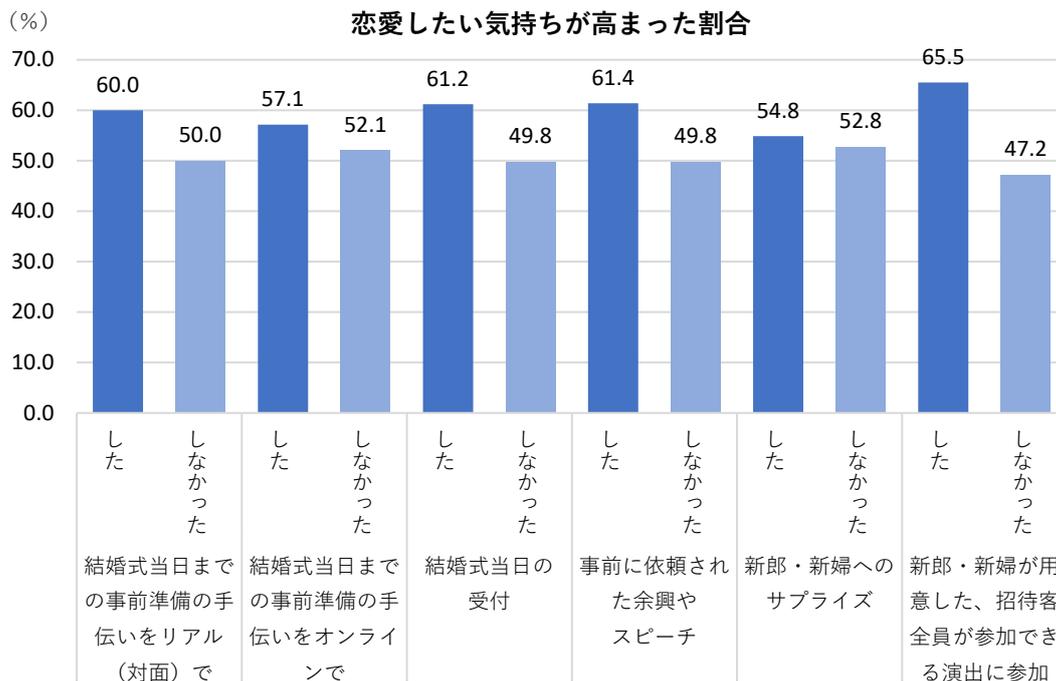
事前準備の手伝い（リアル／オンライン）、受付、余興、スピーチ、サプライズ等、結婚式準備への協力や演出への参加をすることで、未婚ゲストの恋愛・結婚に関する意欲が高まる傾向がある。特に、「新婦・新婦が用意した、招待客全員が参加できる演出に参加」でその傾向が強い。

■ <結婚式の準備や演出への参加状況別>未婚ゲストの恋愛・結婚意欲（未婚者のみ／各単一回答）

※図表の数値は、各項目について「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階で尋ねたうち、「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計

※ゲストの結婚式事前～当日の準備や演出への参加状況についての項目をピックアップ

※「新郎・新婦が用意した、招待客全員が参加できる演出」はキャンドルリレー、ケーキカット、クイズ、ダンスなどを指す



リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>